



LYON

Face à l'afflux des touristes à Lyon les commerçants s'adaptent

Commerce. Selon Tendance Presqu'île, les commerçants cherchent de plus en plus à s'adapter à la demande des touristes en nombre croissant à Lyon. Reste encore à trancher la question de l'ouverture dominicale.

Les Suisses viennent à Lyon d'abord pour ça : faire du shopping. Et les autres étrangers, étudiants ou touristes, sont de plus en plus nombreux à franchir les portes des boutiques du centre-ville selon les dernières études de l'Office de tourisme de Lyon. « Après le patrimoine et la gastronomie, le shopping arrive en troisième position sur les raisons de leur visite à Lyon », souligne Bruno

Besançon, directeur de Tendance Presqu'île qui a réuni récemment des commerçants pour évaluer leurs pratiques à l'égard des touristes français (78 %) ou étrangers (22 %). « Nous observons que de nombreux gérants cherchent à s'adapter à cette clientèle », explique Bruno Besançon. À l'image de Lancel qui n'hésite pas à proposer des ouvertures personnalisées en dehors des horaires habituels.

« Nous misons d'abord sur l'intelligence émotionnelle »

Pour Dany Enangue, le directeur de cette boutique de luxe située rue Edouard-Herriot, « nos vendeurs sont formés pour bien accueillir nos clients. Ainsi une cliente des Émirats sera reçue par une vendeuse et nous avons également recruté une personne s'exprimant en chinois. Nous misons d'abord sur l'intelligence émotionnelle, c'est plus



■ Bruno Besançon, directeur de Tendance Presqu'île (en médaillon), souligne que le shopping est la troisième raison qui explique la venue des touristes à Lyon. Photo archives Frédéric Chambert et Michel-Nielly (médaillon)

fort qu'une seule carte de fidélité ! ». Le pouvoir d'attraction du « made in France » est réel à entendre certains gérants. » Pour Gilbert Vasselin (Le Carré de Soie, rue de la Charité), « la soierie lyonnaise reste très appréciée et notre clientèle aime prendre son temps pour choisir. Elle n'achète pas seulement un produit, mais aussi un savoir-

faire », souligne Gilbert Vasselin qui offre des brochures rédigées en français et en anglais. De son côté, Olivier Mourans d'Arfeuille, qui tient Fripes Ketchup une friperie vintage sur les pentes de la Croix-Rousse très cotée auprès des étudiantes étrangères, a toujours un guide de Lyon à disposition. Histoire de donner quelques bonnes adresses hors des circuits

connus. Chaque boutique semble prendre la pleine mesure de l'intérêt économique du tourisme à Lyon. Reste l'épineuse question de l'ouverture dominicale. Une évidence pour certains qui l'ont testée. Le débat est ouvert et nul doute que la nouvelle équipe municipale devra rapidement se prononcer sur cette question. ■

Vincent Rocken

Tendance Presqu'île

C'est la structure de management du centre-ville chargée du développement commercial de la Presqu'île. Elle fédère acteurs privés (commerces) et acteurs publics (État, Grand Lyon, CCI, CMA). Le secteur compte 2 500 commerces pour un chiffre d'affaires 2012 de 628 millions d'euros.